浅谈博物馆的新媒体运用以及相关问题
——以四川自贡恐龙博物馆为例

吴雨纱
（西北大学，陕西 西安 710127）

摘　要：当谈到博物馆与新媒体，就好像是一场远古过去与遥远未来的相遇，新与旧的融合，激发出强大生命力，制造出承前启后的契机，让映入时代长河的历史在我们面前重现，并且得以传承。新媒体技术激发博物馆新活力、新样态，但在博物馆中，新媒体的一些应用却存在着喧宾夺主的问题。本文基于四川自贡恐龙博物馆新媒体应用现状，浅谈博物馆的新媒体运用以及相关问题，并且提出以凸显文物、服务大众为出发点；充分利用博物馆资源，提高资源利用率；利用新媒体创新博物馆新内容，讲好博物馆故事；新媒体向传统媒体的引导传递四个方面进一步推动新媒体环境中博物馆的建设。

关键词：新媒体；博物馆；“互联网 +”；文化创新；新媒体技术　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-108-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.034
本文著录格式：吴雨纱 . 浅谈博物馆的新媒体运用以及相关问题——以四川自贡恐龙博物馆为例 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：108-110.

1. 引子——“互联网 +”自贡恐龙博物馆

随着互联网技术的不断发展，新媒体作为一种新兴传播形式，逐渐融入人们生活的方方面面。借助新媒体带来的新的契机，“互联网 +”博物馆应运而生，这是传承，也是发展。四川自贡恐龙博物馆这座拥有着浓厚远古历史气息的博物馆在新媒体环境下紧跟时代潮流。

2019 年 9 月 11 日，以“文旅融合・发展共赢”为主题的第三届四川旅游新媒体营销大会在自贡举行，自贡恐龙博物馆馆长李健在大会上接受采访表明，“要利用新媒体技术，打造“互联网 +”恐龙博物馆，擦亮恐龙名片，扬起产业龙尾，让恐龙文化品牌和产业成为博物馆发展的文化推动力。”自贡恐龙博物馆利用全息雾屏、3D 打印、AR 增强现实、VR 虚拟现实等新媒体“黑技术”手段全方位展示了该博物馆富有的恐龙化石资源和深厚的文化底蕴。这些新媒体技术为游客的参观带来更大的便利，让游客能与文物间产生更多互动，博物馆的文化真正的“活”了起来。“活”起来即“有人味儿”“有烟火气”，不再是冰冷冷的化石骨架，而是有温度的、可感知、可触碰的。新媒体技术激发了博物馆新活力新样态，但在博物馆中新媒体的一些应用中却存在着喧宾夺主的问题，所以接下来将基于四川自贡恐龙博物馆新媒体应用现状，浅谈博物馆的新媒体运用以及相关问题。

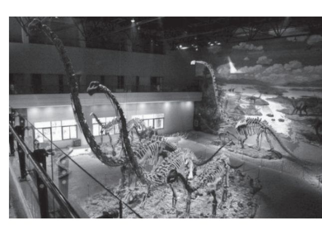


图 1 博物馆场馆现状　图 2 3D 打印恐龙模型

2. 新媒体激发博物馆新活力新样态

博物馆与新媒体，是一场远古过去与遥远未来的相遇，新与旧的融合，激发出强大生命力，制造承前启后的契机，让映入时代长河的历史在我们面前重现，并且得以传承。新媒体环境下的博物馆创新营销宣传新渠道，带来博物馆参观欣赏新体验，完善文物保存管理新方式，激发出博物馆新活力新样态。[1]

2.1　新媒体创新博物馆营销宣传新渠道

2.1.1　线上多渠道宣传

目前，随着信息技术和数字化技术不断发展，新媒体不断兴起，信息的传播方式越来越多元化，人们主要通过微博、微信、短视频、网络直播等新媒体获取信息。博物馆顺应时代发展趋势，转变宣传思路，将博物馆宣传与新媒体有效融合，运用新媒体技术的 [2]“图文音视”立体传播方式以及各类新媒体平台，拓宽受众覆盖面，提升社会影响力。





图 3 线上宣传渠道

2.1.2　线下多方位活动

以前的博物馆文物是带不走的，但自从进入新媒体时代，[3] 移动新媒体的发展使得人们可以通过数字技术随时随地的发表和浏览信息，博物馆也可以是移动的城堡，我们可以通过多种新媒体技术让文物走向各地，让远在各

地的人们都参观到博物馆的文物。自贡恐龙博物馆在各地开展展览活动，利用新媒体技术让人在异地也可以探索其奥秘所在。并且多次以其他方式展示恐龙文化，例如“自贡国际恐龙灯光节”、“恐龙王国公园”、“恐龙游乐园”等，以恐龙为主题创意，线下多方位植入恐龙文化。



图 4 线下活动展览

2.1.3 文创产品跨界合作

新媒体背景下，[4] 互联网的普及与发展为文创产品的宣传与销售提供了渠道，也为文创作品开发提供新思路新想法，与其他产品、理念等的跨界合作为博物馆文化拓宽了受众范围，为营销宣传增添了前所未有的新的活力。自贡恐龙博物馆针对不同人群，设定不同款式的个性化文创产品，例如适合小孩的魔方、玩偶；适合女生的贺卡、挂件；适合男生的扑克牌、手办等。目前，博物馆已开发文创产品 12 类 130 余种，包括动漫短片《恐龙馆之夜》、4D 电影《侏罗纪大冒险》、科学艺术画册《画说恐龙》等。



图 5 文创产品微店

2.2 新媒体带来博物馆参观欣赏新体验

2.2.1 线上 VR 参观



图 6 线上数字博物馆

自贡恐龙博物馆可通过百度百科页面和博物馆网页打开数字博物馆进行线上 VR 参观，放大功能甚至能让我们看到平时线下参观看不到的细节。

2.2.2 线下新媒体“黑科技”体验

全息雾屏、3D 打印、AR 增强现实、VR 虚拟现实等新媒体“黑科技”手段全方位展示了该博物馆富有的恐龙化石资源和深厚的文化底蕴。恐龙机器人全程充当智能导游，4D 恐龙电影线下放映，四周 LED 屏气氛营造……



图 7 4D 恐龙电影

2.2.3 线上线下游戏中体验参观博物馆

博物馆的故事以游戏的方式展现其实是一种 [5] 空间再生产，这种新颖的方式让人们在虚拟空间中一边体验游戏一边学习了解各类恐龙小知识，乐趣无限，魅力无穷。



图 8 穿越侏罗纪游戏

2.3 新媒体完善文物保存管理新方式

新媒体可以最大限度地跨越时空局限，对博物馆文物进行数字化保护，所有相关数据可通过大数据、云空间进行整合管理。利用新媒体可以不再只是以拍照、采访、收藏等方式对文物进行简单记录，而是一个系列性的记录、保存、阅览、检索、共享、复原、仿真、再现，这可以最大程度地还原保存文物的真实面貌，形成更具系统性、条理性的保存方式。

3. 新媒体的“喧宾夺主”

新媒体技术的快速发展不断改变着传统的传播方式，

一定程度上刺激了博物馆精神文化的传播，也改变了博物馆社会文化服务的方式。新媒体技术拉近了博物馆和现代人的距离，但同时太多数字科技充斥在博物馆中，是否又会带来一些不好的影响呢？博物馆的绵长或许更适合一个人的仔细品味，品味时间长河、浩瀚宇宙中的物换星移，感受大自然带来的神秘奥义。但在这个快速发展的时代，让人类静下心来去感受其实是件难事，以前数字媒体技术还不发达的时候，人们因为没其他可看，往往会专注于博物馆文物本身，去感受去体会，而当新媒体技术过多地运用之后，博物馆中有趣的事物变多了，有些重点好似就偏移了，博物馆中的“主角”反而被冷落，这是现代博物馆中常存在的问题，新媒体在博物馆中的运用如何做到不喧宾夺主值得我们去思考。

以下是针对该问题所提出的几点解决方法：

3.1 以凸显文物、服务大众为出发点

博物馆存在的意义一方面是为了收藏和保护文物，另一方面是为了开展社会宣传教育、进行社会科学研究。所以将“文物”和“大众”这两个“主角”放在出发点上是很有必要的。利用新媒体搞的活动一定要立足博物馆文物本身，服务大众，新媒体恰好又是一种“以人为本”的媒介，所以我们要利用新媒体的这种媒介性质，优化用户体验，增加双向互动。

3.2 充分利用博物馆资源，提高资源利用率

新媒体的应用应该是多点多方位的，不能只在一个地方使劲，造成其他地方被冷落的情况，不能顾此失彼。之前参观博物馆的时候，就发现人聚集最多的地方其实不是最具有“价值”的地方，而是最“有趣”的地方，有趣的东西不用大肆宣传也会有人去关注，我们要注意的是如何整合推广枯燥资源，提高资源利用率。

3.3 利用新媒体创新博物馆新内容，讲好博物馆故事

新媒体下的博物馆可能还存在形式大于内容的问题，华丽的外表下藏着的是空洞的灵魂，人们或许会被新媒体的形式吸引，但如果内容粗制滥造那么终究是没用的。



图 9 博物馆故事征集活动

新媒体时代，[6] 每个人都是内容生产者，用户生产内容也是博物馆可以走的一条道路。我们要利用新媒体创新博物馆新内容，讲好博物馆故事。

3.4 新媒体向传统媒体的引导传递

新媒体技术的“图文音视”立体传播方式能很快引起人们的注意，但新媒体又具有碎片化阅读的特点，不适合深层次领略博物馆文化。因此新媒体向传统媒体的引导传递是很有必要的，利用传统媒体生产更具专业性和权威性的内容，将新媒体的碎片化阅读和传统媒体的沉浸式阅读结合起来，更深层次地领略博物馆文化。

结语

综上所述，在新媒体环境下，博物馆迎来了发展创新发展的新机遇，但同时产生新问题，待进一步解决。我们要善用新媒体，用好新媒体，推动“互联网 +”博物馆的发展，让更多人参与博物馆，共享知识的果实。媒

参考文献

[1] 刘楠 . 中国博物馆新媒体的应用现状与未来发展对策 [D]. 长沙：湖南大学，2018（4）.

[2] 陈述侃 . 浅谈如何运用新媒体强化博物馆宣传工作 [J]. 大众文艺，2020（9）：56-57.

[3] 曾舸 . 对恐龙主题展创新的思考——以“如何复活一只恐龙”展为例 [J]. 西部资源，2019（1）：51-54.

[4] 赵紫晗 . 新媒体背景下博物馆营销宣传新方式——文创产品的跨界合作 [J]. 大众文艺，2020（10）：66-67.

[5] 王建磊 . 空间再生产：网络短视频的一种价值阐释 [J]. 现代传播，2019（7）：118-122.

[6] 徐娟 . 创新科普模式 让博物馆更有趣——记“穿越侏罗纪·自贡恐龙博物馆不眠夜”活动 [J]. 化石，2017（2）：49-53.

作者简介：吴雨纱（2000-），女，四川巴中，西北大学新闻传播学院本科在读，研究方向：网络与新媒体。

（责任编辑：张晓婧）